

# 首店助阵 商超启动“宠客”模式

随着新业态经济的不断发展,泉州的消费商场业态持续焕发出新的活力

□融媒体记者 王宇静 通讯员  
施纯洲 叶冠庆 文/图

在消费升级的浪潮下,泉州消费迎来变革。近两年来,越来越多的优质首店陆续落地泉州,从高端零售到特色餐饮,从时尚品牌到生活服务,各类首店如雨后春笋般涌现,为泉州的消费市场注入了新活力,引领消费商场业态进入“宠客”升级模式。

## 首店纷至沓来 点燃消费热情

一些首店的落地及“宠客”模式不仅为消费者带来了新鲜的购物体验,也满足了多样化的消费需求

走进泉州中骏世界城,热闹的氛围扑面而来。今天第一季度HEAD海德、SALOMON萨洛蒙等运动品牌首店纷纷落地。橱窗内展示着最新款的运动装备,吸引着运动爱好者驻足选购;京衢味、野人先生等特色餐饮首店门前,食客们排起长队,期待品尝独特的美食风味。“去年还没这么多品牌首店,今年



消费需求的升级促进各个商家不断提升服务。图为“五一”假期市区大型商场人流如织。

特意冲着买首店的独家款来的。”从福州专程前来购物的张先生提着满载的购物袋,兴奋地说道。

5月10日开业的朴朴超市泉州首店更是人气爆棚。家住泉州市江滨路水岸假日的陈女士在开业当天体验了一把“极速购物”。8点35分下单,8点52分便收到了新鲜的鱼虾、铁观音茶包、儿童退烧贴等商品,用时仅17分钟。“现在连下楼遛弯的时间都省了,菜市场直接‘搬’进手机里!”陈女士对此赞不绝口。开业当天,朴朴超市配送员头盔上别着的“簪花围”,更是让泉州消费者感受到了浓浓的家乡温度。

今年以来,街上常常可以看到载着粉色配送箱的山姆配送小哥,去年12月开业的泉州山姆会员商店,是全国第二家县级山姆店,其商品涵盖全球4000余种,并提供“极速达”配送服务。截至2025年5月,日均客流稳定,周末及节假日较拥挤,电商服务更覆盖晋江及泉州市区。“泉州消费者的消费能力和热情超出了我们的预期,未来我们将继续优化商品和服务,满足消费者的需求。”泉州山姆会员商店相关负责人说道。

这些首店的落地及“宠客”模式不

仅为消费者带来了新鲜的购物体验,也极大地满足了多样化的消费需求。消费者不再需要远赴其他城市,在家门口就能购买到心仪的品牌商品,品尝到特色美食,享受便捷的生活服务。

据悉,永辉超市中骏世界城店也将启动胖东来模式,走品质零售路线。该店从5月20日起进入闭店调改阶段,明确商品调整方向为:保障民生需求,补全商品功能;保留一、二线可靠品牌,优选品质与特色商品,增加进口商品,放大现制现售比例。“好产品是企业与外界沟通的唯一通道,我们希望通过调改,在商品结构、品质、价格等方面进行全面提升,借鉴以客为主的营运模式,全力为顾客带来绝佳的购物体验。”永辉超市相关负责人表示。

## 政企协同发力 赋能商业新发展

从消费者的热情追捧,到企业的积极变革,再到政府的政策支持,各方力量汇聚在一起,共同推动着泉州消费商场业态的变革升级

首店经济在泉州的蓬勃发展,离不

开政策的有力支持。今年,福建省政府工作报告将发展首发经济列为提振消费的重要举措,福建省商务厅、福建省财政厅联合印发《促进首发经济高质量发展的若干措施》,省级专项资金安排2000万元,支持打造国内外品牌首发、首秀、首展、首店的集聚高地和原创品牌孵化地。对符合条件的国内外知名品牌开设福建首店、省内原创潮牌开设首店,均给予最高不超过50万元奖励;对符合条件的品牌首发首秀活动,给予不超过实际投入的50%,最高不超过50万元奖励;对符合条件的首展落地福建,给予最高不超过100万元奖励。

泉州市商务局相关负责人表示,首店的落地对泉州的商业发展具有重要意义。它不仅丰富了泉州的商业生态,提升了城市的消费品质,也为泉州的居民和游客提供了更多元的购物和消费选择。“首店作为‘新’的代表,能够为消费者带来前所未有的购物与体验感,这种新鲜感吸引着众多消费者争相打卡。未来,我们还将继续加大商贸招商力度,积极发展首发经济,鼓励首秀、首展,进一步提升城市消费能级,激发城市服务消费潜力和商业活力。”

从消费者的热情追捧,到企业的积极变革,再到政府的政策支持,各方力量汇聚在一起,共同推动着泉州消费商场业态的变革升级。在首发经济的加持下,不少品牌的泉州首店在开业当日便实现客流量与销售额的“双丰收”。以达美乐泉州首店为例,今年1月1日开业首日,便创福建省销售单日业绩新高,单日销售额达26万元。

如今的泉州,正以开放包容的姿态,迎接更多优质首店及新商业模式的到来。随着新业态经济的不断发展,泉州的消费商场业态将持续焕发出新的活力,为城市的经济发展注入源源不断的动力,一幅更加繁荣、多元的商业新蓝图正在徐徐展开。

市场监管部门发出消费警示:

## 老年人购买保健品 应警惕五类陷阱

商报讯(融媒体记者陈云青 通讯员苏晓晖)随着生活水平的提高,越来越多的老年人关注、重视身体健康,而“保健品”销售人员往往瞄准老年人渴望健康的心理,打着祛病强身、偏方有奇效等幌子,夸大“保健品”的功效,欺骗老年人购买保健品。近日,市市场监管局发出消费警示,提醒老年朋友应警惕购买保健品时常遇到的五类陷阱。

### 陷阱一 虚假功效宣传陷阱

商家往往夸大保健品的功效,声称能治愈各种疑难杂症,如癌症、糖尿病、高血压等。实际上,保健品不能替代药品治疗疾病。比如宣传某种保健品含有特殊成分,“能修复受损基因”“让高血压患者摆脱药物”,这都是毫无科学依据的虚假宣传。

### 陷阱二 亲情营销陷阱

不法分子通过对老年人关怀体贴,陪聊天、做家务,免费送鸡蛋、大米、购物车、面粉等方式,引诱老年人上钩,获取信任后再推销保健品。他们还会打着“关爱老人”“健康讲座”的旗号,邀请老年人参加活动,组织老年人免费旅游、免费吃住,以公司搞庆祝活动、回馈客户为名,实际上到了所谓的旅游地点,就关起门来进行保健品效果诱导,然后去参观保健品生产车间,逐渐诱导其购买高价保健品。

### 陷阱三 免费体验陷阱

以举办保健讲座、上门服务等形式,邀请所谓的“专家”和“受益人”现身说法,虚构或夸大保健品的效果,哄骗老年

人购买质量低劣、价格高昂的保健品。同时提供免费体检、免费试用保健品等,在体检时故意给出错误的检查结果,夸大老年人的健康问题,然后推荐保健品。或者以免费试用为诱饵,让老人试用一段时间后,声称若不继续购买,之前的效果就会消失,迫使老人购买。

### 陷阱四 权威认证陷阱

伪造各种权威机构的认证证书、专家推荐等,让老年人误以为产品可靠。比如编造“国家某部门指定保健品”“国际医学组织认可”等虚假信息,增加产品的可信度。

### 陷阱五 价格欺诈陷阱

将普通保健品标以虚高价格,再通过打折、赠送等手段,让老人觉得占了便

宜。实际上,打折后的价格仍然远高于产品的实际价值。

监管部门提醒老年人,应通过正规渠道学习科学保健知识,如医院健康科普、权威媒体资讯等。身体不适时,应前往正规医疗机构就诊,切勿轻信街头巷尾宣传的“特效药”“神药”,避免落入“药托”精心设计的诈骗陷阱。同时还需提高对食品、保健品欺诈及虚假宣传的防范意识。依据相关规定,保健食品必须明确标注“本品不能代替药物”;若有商家宣称产品具备疾病预防、治疗功效,或借知识讲座、专家报告等形式进行销售诱导,应保持高度警惕,切勿轻易相信。若发现商家在销售保健食品时有虚假宣传、价格违法、格式合同中存在不公平条款等违法违规行为,消费者可立即拨打12315热线进行举报,用法律武器维护自身合法权益,共同营造安全有序的市场环境。